إصدار الشركة العربية للإعلام العلمي (شعاع)
القاهرة
ج.م.ع

السنة السابعة
العدد الرابع والعشرون
ديسمبر (كانون أول) ١٩٩٩

نظرات
كتب المدير و رجل الأعمال

www.edara.com

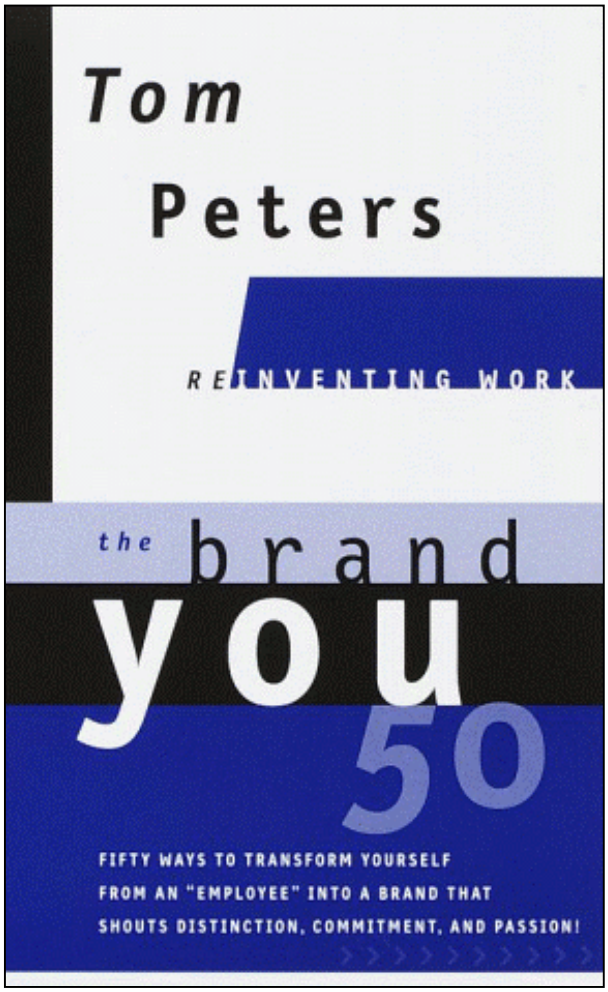
تحذير من الناشر: يمنع نقل أي جزء من هذه النشرة بدون إذن كتابي من الناشر ويشمل الحظر: التصوير والنقل لأغراض التوزيع وتستثنى منه الإشارات السريعة والمقتطفات في الصحافة والرسائل والأبحاث الجامعية

مستقبل العمل

أنت علامة تجارية مميزة:

وصفات سحرية لتنهي حياتك الوظيفية وتبدأ حياتك العملية

تأليف: توم بيترز



"الإنسان الفرد وليس الشركة هو المحور الأساسي للاقتصاد الجديد. لم تعد المهام والعمليات توزع وتنفذ من قبل سلسلة وتنظيم إداري تقليدي، بل يتحمل مسئوليتها متعهدون منفردون يتصرف كل منهم على عاتقه. بدأ المتعهدون المستقلون Freelancers يتحولون إلى متعهدين إليكترونيين E-lancers في ظل الاقتصاد الإلكتروني الجديد. يلتقي هؤلاء في شبكات أو مجموعات مؤقتة ومتحركة لينجزوا أعمالهم وينتجوا ويبيعوا سلعا وخدمات. وعندما تنتهي مهمتهم، تنفض الشبكة ويعود كل عضو فيها متعهدا مستقلا يعمل لحسابه الخاص، فينتشر الجميع عبر شبكة اقتصاد السوق، باحثين عن فرص جديدة."

اقتطفنا العبارة السابقة من مقالة نشرتها مجلة "هارفارد بيزنس ريفيو" عام ١٩٩٨ تحت عنوان: "فجر اقتصاد الموظف الإلكتروني الحر The Dawn of the E-lance Economy". إذ قام تصور العمل في الحقبة الماضية على الحصول على وظيفة دائمة وتأمين راتب شهري باعتباره قمة الأمان الوظيفي. أما التصور الجديد في عصر الاقتصاد الذكي فسوف يفرض ما يلي:

١. على كل شخص أن يتصرف على أنه موظف حر أو مشروع قائم بذاته، حتى أولئك

الموظفين الدائمين الذين يحصلون على رواتب شهرية منتظمة.

٢. على كل شخص أن يضيف قيمة حقيقية للعمل وإلا سيتم استبداله فورا.

٣. وعليه أن يعتمد على مهاراته وقدراته التي يجب تطويرها بانتظام.

٤. وسيتم تقييم كل شخص بناء على إنجازاته ومشروعاته التي أتمها بنجاح.

باختصار، على كل إنسان أن يعتبر نفسه من الآن فصاعدا مؤسسة قائمة بذاتها، يعمل بها فريق عمل متكامل يضم شخصا واحدا، هو: "نفسه".

بمعنى آخر، ستتم إدارة الإنسان لمهنته من الآن فصاعدا بنفس الطريقة التي تدير بها الشركات علاماتها التجارية المسجلة. أما الطريقة التي ستدير بها (ماركتك) أو علامتك التجارية المميزة فهي:

١. توثيق إنجازاتك ومشروعاتك الناجحة التي حققت فيها نتائج ملموسة في الماضي.

٢. تحقيق نوع من التميز الذي تنفرد به مستقلا بذاتك وبارزا بصفاتك وسماتك.

٣. إضافة قيمة حقيقية تقدمها للناس والعالم من خلال شبكة علاقات وطيدة.

٤. تصويب رؤية شديدة تشبه شعاع الليزر على النتائج الملموسة التي تريد إحرازها.

تقدم خلاصة "أنت علامة تجارية مميزة" أفكارا عملية لصناعة علامتك التجارية التي هي (أنت) والتي تعتبر مؤسسة خدمات قائمة بذاتها، سواء كنت تعمل لحسابك الشخصي، أو لحساب جهة أخرى.

وهذه النصائح هي:

١) أنت وحدك المسئول عن صناعة علامتك التجارية المميزة

ما من أحد يستطيع أن ينوب عنك في إدارة حياتك المهنية، فسبيلك الوحيد إلى التقدم هو أن تكون نشيطا وأن تتحمل تبعة ما ستكونه وما ستنتجه في تحقيقه فيما بعد، فلقد ولى عصر المديرين والمعلمين. يقول (جاك ويلش) رئيس شركة جنرال إليكتريك:

"نبتت فكرة الاستقالة في رأسي بسبب رتابة العمل. ثم حدث وأن أسند إلى رئيسي أحد المشروعات حيث كنت الموظف الوحيد بها. كان بإمكاني أن أطلق على نفسي ما شئت من الألقاب مثل المدير العام أو رئيس مجلس الإدارة. ثم استعنت بأحد الفنيين فكانت هذه هي بداية مشروع صناعة البلاستيك في شركة جنرال إليكتريك، والذي يبلغ حجم أعماله الآن عدة مليارات من الدولارات."

٢) ابحث عن طرق فعالة للتميز

إذا لم تعد هيكلة مهنتك بنفسك، فسيتولى شخص آخر فرض التغيير على حياتك. ومن الأفضل أن تكون صاحب الكلمة الأولى والأخيرة في عملية التغيير هذه. والسبيل الوحيد لإعادة تشكيل نفسك هو المغامرة، أي أن تصنع لنفسك نقطة تميز يقوم عليها مستقبلك المهني. إذ ينصب اهتمام الاقتصاد اليوم على التفوق. فإذا لم يكن هناك ما يميز عملك، أيا كان مدى اجتهادك فيه فلن يعرك أحد اهتمامه، مما يعني أنك لن تحقق ما تطمح إليه من مكاسب.

٣) ينبع الأمن الوظيفي من شهرة علامتك التجارية.

تقوم شهرة المنتجات ذائعة الصيت على أساس عاطفي. فالعاطفة هي المحرك الأساسي لمعظم، إن لم يكن لكل قراراتنا. فثمة علاقة عاطفية بين الناس والمنتج. وما المنتج ذو الانتشار الواسع إلا قصة لم يكتمل سردها بعد، وهذه القصص تخلق السياق العاطفي الذي يحتاجه الناس من أجل خوض تجربة الحياة الكبيرة. وعليك من هذا المنطلق أن تحقق أمنك المهني في ظل الاقتصاد الجديد من خلال هذا الاتصال العاطفي. وهذا يعني: أن تتمتع بمهارات تسويقية فذة، وتتميز عن غيرك، وتبني شبكة عريضة من العلاقات بأناس يعملون في مشروعات مكملة لنشاطك.

فكلما أسست علامتك التجارية بشكل أفضل كلما تحقق لك المزيد من الأمان. فالمحترفون من الرياضيين والفنانين يعرفون قيمة التسويق والعلاقات في بناء السمة التجارية المميزة.

٤) ليكن عندك تصور واضح عن منتجك "نفسك"

من أجل وضع منتجك في مكانه اللائق، وبما أنك رئيس مجلس إدارة حياتك ومدير منتجك، عليك أن تقوم بالتالي بصورة دورية:

* أعلن عن نفسك في الأدلة التجارية والمهنية وشارك في الجمعيات المتخصصة.
* ابتكر مقولة من ثماني كلمات أو أقل توضح مكانتك وقيمتك.
* حدد المهارات الأساسية التي تتمتع بها في الوقت الراهن.
* احصر المهارات التي اكتسبتها في السنة الماضية.
* حدد ما ستضيفه لإنجازاتك الوظيفية في التسعين يوما القادمة؟
* ما هي التحديات التي تفرضها عليك المشاريع الحالية؟
* من الذي دخل دائرة تعاملاتك في الشهرين السابقين؟
* ماذا يتضمن برنامج العلاقات العامة الخاص بك خلال هذا العام؟

٥) ركز على المشروع لا على الوظيفة

تتحدد مدة صلاحيتك بما تقوم به من مشروعات، وبالنتائج التي تحققها. وبمجرد أن تبدأ في التفكير في "الوظيفة" ستجد نفسك محاصرا بقيود لا حصر لها، وستبدأ تفكر بطريقة: "هذا لا يدخل في نطاق وظيفتي" ومثل هذا التفكير هو أخطر ما يمكن أن يهدد مستقبل إنسان. ومثلك مثل رئيس مجلس إدارة أي الشركة، لا بد أن تركز على تحقيق نتائج في كل مشروع أنت مسئول عنه. وليس هناك من هو مسئول عن نفسك أكثر منك.

٦) اعرض نفسك جيدا كما لو كنت منتجا

ابحث عن طرق للتعبير عن شخصيتك بشكل جيد، محاولا استثمار خصالك الشخصية بطريقة فعالة.

إن طريقة تعبئة وتغليف منتجك ما هي إلا وسيلتك السريعة للجذب والإغراء، فهي أداة جذابة لتسهيل اتخاذ قرار الشراء. ابحث عن النجوم في مجتمعك وصناعتك وقلد أفضل ما فيهم من أساليب عرض.

٧) اعتبر نفسك مؤسسة وليس شخصا

حتى وإن كنت تعمل لدى شخص آخر، فلتفكر دائما بطريقة مستقلة ولتتصرف كما لو كنت مشروعا مستقلا تربطك بصاحب العمل علاقة ربح متبادل. فأنت في العمل لا تعمل ولا تنظر لساعات الحضور والانصراف، بل تعمل على تحقيق المهام المكلف بها. فكل لحظة تمر لها قيمتها الكبيرة، وما عليك إلا أن تتعلم كيفية التفكير بطريقة مستقلة، ولا علاقة لهذا فيما إذا كنت تنوى الاستمرار في عملك لمدة ستة أشهر أو ست عشرة سنة أخرى. لأن الأمر يتعلق بقيمة الإنسان الذي تقع عليه عينك في المرآة كل صباح، وأنت تغادر منزلك إلى عملك.

٨) تتحدد قيمة علامتك التجارية بناء على قيمك

الطريقة التي تقضى بها ساعات عملك، تعكس عاداتك وقيمك الشخصية والداخلية. فالمشروعات التي تريد تحقيقها وفلسفتك في الحياة تحتم عليك إعادة جدولة برامجك ومشروعاتك.

المشروع الفردي والتفكير المستقل يعتبر أسلوبا للحياة، وتعبيرا عن الذات وما يعتبره الإنسان ذا قيمة خاصة، أو ذا معنى عميقا.

٩) استوعب طريقة تقدير قيمتك

قلة من الناس يدركون الآلية التي تحكم سوق العمل ومعادلاته الاقتصادية ألا وهي: الربح = سعر البيع – التكاليف. وأنت لن تستطيع تقدير قيمتك إلا إذا عرفت قيمة الخدمات التي تطرحها في السوق. وهذا يعني أن تبدأ بتدوين ما تحققه من ربح وخسارة أولا بأول. يجب أن تعرف كيف تصنع المال، لتكون قيمتك (التي هي قيمة منتجك) في السوق واضحة في ذهنك، ولتكن على دراية تامة بتكلفة تحقيق تلك القيمة.

١٠) يجب أن يكون لديك ملف موجز عن شركتك

تحتاج كل شركة إلى دليل شامل يصف نشاطها ويوثق إنجازاتها. وأنت أيضا يجب أن تعد قاعدة بيانات بمهاراتك وقائمة بالمشروعات التي نجحت فيها. وعليك أن تبرز نقطة القوة الرئيسية في ملف حياتك وسيرة ذاتك. وكلما كان الجهد الذي تبذله لتحقيق ذلك كبيرا، كلما كانت فرص نجاحك أكبر. ففي عالم العلامات التجارية هناك طبقات من المعاني التي تترجم في النهاية إلى قيمة في السوق.

١١) تتحدد قيمتك بالطريقة التي تقضي فيها وقتك

ما تقوم به من مشروعات ينم عن شخصيتك. فيجب أن تخطط عملك بحيث تتمكن من إنجاز تلك المشروعات، والتي تعكس ما ترغب في أن تشتهر به. ينبغي أن تنظم وقتك بحيث يتسنى لك أن تقول "لا" لأي شيء من شأنه أن يشتت انتباهك. وليكن جدول أعمالك هو شغلك الشاغل، ولتفحصه جيدا كل صباح، أما في المساء فقم بمراجعة ما تم لك تحقيقه. بمعنى آخر:

"لا بد أن نجعل من أنفسنا التغيير الذي نريد أن نراه في العالم".

١٢) استثمر فنون وأساليب السياسة في حياتك

السياسة ليست كلمة سيئة، فهي الحياة ذاتها إذا أردت أن تحقق إنجازات من شأنها أن تبعث على الزهو والإعجاب. ولن تحرز أي تقدم إلا إذا تمكنت من تنفيذ أفكارك بنجاح. لتحقيق ذلك يجب أن تكون بارعا في لعبة السياسة لتضمن مساعدة الآخرين لك. وإليك هذه الملاحظات العملية التي ستساعدك على إتقان لعبة السياسة في الإدارة:

* لدى كل منا متسع من الوقت، فلنبدأ بتنفيذ ما يقع في دائرة اهتمامنا.
* طلب السماح بفعل شيء ما، ما هو إلا إتاحة الفرصة لرفض هذا الطلب.
* يجب أن يكون لك "نموذج للتفكير" فيما يطرأ على حياتك من أحداث بحيث تستطيع تحديد وجهة نظرك فيما يحدث.
* السياسة هي الحياة ذاتها، وليست مجرد وسيلة للحياة.
* التغيير هو إخراج الناس من دائرة ما اعتادوا القيام به.

١٣) ليس ثمة ما يمكن أن يطلق عليه مهمة "قليلة الشأن"

كثير من الأعمال التي يعرض عنها الناس لأنها تبدو صغيرة، تكون ذات شأن كبير، وقد تحقق فرقا كبيرا في حياتك. تعامل مع كل شئ يعترض حياتك العملية بجدية لتحقق نتائج تبعث على الإعجاب. وقد قال (توم واتسون) مؤسس شركة IBM:

"توقف عن أداء الأعمال التي لا ترضى عنها."

فكثيرا ما نخرج عن نطاق اهتمامنا، في حين أن النجاح يبدأ من جعل كل يوم يمر من حياتنا ذا أهمية خاصة. فإذا نجحت في أن تجعل لكل يوم في حياتك أهمية خاصة، فقد نجحت بالفعل.

١٤) ثبت قدميك

كانت بدايات كثير من الشركات العملاقة متواضعة للغاية، وبإمكانك أن تحذو حذو تلك الشركات. لا تدع قلة الإمكانات المادية تثبط من عزيمتك، فالابتكار الذي يتولد عن الحاجة يكون له عظيم الأثر في دفع عجلة مشروعاتك إلى الأمام. لقد وقف التاريخ إلى جانب كثيرين من أصحاب الحاجات. فالكثير من المنتجات والشركات والثورات الصناعية بدأت في قبو منزل قديم وكان رأس مالها لا يتعدى بضعة جنيهات. ينطبق هذا على شركات: سوني وماريوت وأبل وبيتزا هت وميكروسوفت و "أمازون دوت كوم."

١٥) ركز على ما يميزك ويجعلك متفردا

كثرة الأعمال تفقدك القدرة على التركيز والتأثير. ركز جهودك على مشروع رئيسي واحد. وإنه لأمر غاية في الصعوبة أن تحصر اختياراتك في مشروع واحد، ولكنه أمر غاية في الأهمية أيضا. فلن

تستطيع تحقيق أداء عالي الجودة إلا إذا اختصرت الأعمال التي يمكنك أن تؤديها في مشروع واحد يلائم طبيعتك ونقاط قوتك. وفي هذا يقول (مايكل دل) مؤسس شركة دل للكمبيوتر:

"من السهل أن تقرر ما تريد أن تفعل، ولكن من الصعب أن تقرر ما لا تريد أن تفعل".

١٦) تتحدد قيمتك "كمشروع" من قيمة عملائك.

احرص على أن يكون عملاؤك ممن يهتمون ويقدرون ويعطون ويأخذون. وبما أنه سيتم الحكم عليك من خلال العملاء الذين تخدمهم، فيجب أن تسأل نفسك عدة أسئلة تتعلق بهم:

* ماذا يمكن أن أتعلم منهم؟
* هل يمكن أن أوليهم ثقتي؟
* هل سيقبلون مشاركتي في مشروعات غير تقليدية؟
* هل يتمتعون هم أنفسهم بملكة الابتكار والتجديد؟
* هل سيكون تعاملي معهم دافعا لي للتقدم؟
* هل سيسود بيننا نوع من التفاهم والاحترام المتبادل؟

١٧) تميز في فعل أو عمل أو فكرة ما

إن لم يكن لديك شيء واحد، بارز وعظيم يميزك عن غيرك، فلن تستطيع أن تجعل من منتجك علامة تجارية شهيرة. فإن لم تجد ما يمكنك أن تبرع به، عليك بالآتي:

* قم بإعداد قائمة بكل ما تتمتع به من صفات يمكن أن تتطور لتصبح مهارة عظيمة.
* اعمل في مجالات وتناول موضوعات تعشقها وتقدرها، دون أن تتخلى عن قيمك وأهدافك ورؤيتك لذاتك ولمستقبلك.
* اسأل نفسك: كيف يمكن أن استغل تلك الصفات في تحقيق عمل عظيم؟

عليك أن تعرف الكثير عن شيء واحد يمكنه أن يصنع فرقا في حياة عملائك. وليس من السهل طبعا أن نكون جميعا "عظماء". وليس من السهل أن نلعب الكرة مثل (مارادونا)، أو نلعب التنس مثل (بيت سامبراس) أو نقدم برنامجا تلفزيونيا مثل (لاري كنج) أو ندير عملا مبتكرا مثل (بل جيتس). ولكن من حقنا أن نطمح إلى تحقيق تميز في مجال واحد فقط، مهما كان صغيرا أو بسيطا.

١٨) حقق الانتشار والازدهار من خلال العلاقات

سيعتمد نجاحك في النهاية على أناس يتمتعون بصفات مكملة لصفاتك. ويعتبر رسم خريطة علاقاتك أمر في غاية السهولة. وعليك هنا:

* أن تعد برنامجا مكتوبا لربط أطراف شبكة علاقاتك.
* أن تربط تلك الشبكة بجدول أعمالك.
* أن تخصص بضع دقائق يوميا للاتصال بالآخرين.
* أن تبحث عن أشخاص جدد للتعامل معهم.
* لا تهمل أمر تلك الشبكة أبدا واجعلها دائما نصب عينيك.

اختر الأشخاص الذين يثيرون إعجابك ودهشتك. وكلما زاد عدد هؤلاء الأشخاص من ذوي الأفكار الجريئة، كلما زادت فرصتك في التميز. إنني كمؤلف لهذا الكتاب لا أعرف كيف تفكر أنت كقارئ.

ومن ناحيتي، فإنني أفكر دائما فيما لا أعرفه، وفيما لا أقرأه، وفي من لا ألازمه وأصادقه، و في من سوف يخرجني من دائرة ما اعتدت على عمله، وأخيرا في من سوف يكون ذا تأثير كبير علي، وفيما سيدفعني إلى تغيير كثير من عاداتي وأفكاري المعلبة ونظرياتي الجاهزة.

١٩) ركز على التصميم والتفاصيل

يؤثر التصميم والمظهر واهتمامك بالتفاصيل على الطريقة التي ينظر بها الناس إليك وإلى ما تفعله، وفي الواقع، فإن أفضل التصميمات على الإطلاق هي ما يتميز بالوضوح وقلة التكاليف والإثارة والجمال وسهولة الاستخدام والتكامل. فعندما تهتم بالإخراج النهائي والتفاصيل، فإنك تعطي انطباعا عميقا ومعبرا عنك وعن منتجك.

٢٠) قدم أفكارا ومنتجات جديدة

تقوم كبرى الشركات باستثمار الكثير من الموارد في البحث وتطوير منتجاتها المستقبلية، فيجب عليك أن تحذو حذوها وذلك عن طريق إضافة خدمات أو منتجات جديدة، ومد خط إنتاجك، وزيادة ما تقدمه في الوقت الراهن. عليك أن تقدم قاعدة كبيرة وعريضة من الاختيارات لعميلك. ولتحاول إضافة منتج جديد أو خدمة جديدة كل ستة أشهر على الأقل، وأن تخصص وقتا كافيا لتطوير تلك المنتجات والخدمات.

المشروع الجديد حقا هو الذي يجعلك تشهق حين تدرك أبعاده. فأنت تخاطر بتكرار نفسك حينما تعجز عن تقديم فكر جديد. فإن لم تجد ما هو جديد، استغرق في فهم ما تستخدمه وما تحمله من أفكار لتدخل عليها تعديلات تجعلها أشبه أو أقرب ما تكون للجديدة.

٢١) أكبر مخاطرة هي المخاطرة بعدم المخاطرة

بما أن كل شئ في عالم الأعمال في تغير مستمر، عليك بالمخاطرة يوميا لكي تقتنص الفرص السانحة وتستطيع تحقيق شيء فريد. سبيلك الوحيد لتحقيق ذلك هو الخروج من دائرة عاداتك وروتين أدائك لعملك.

قامت إدارة الأعمال في الماضي على وضع الخطط وتنفيذها والالتزام بها. أما اليوم، فإن الاقتصاد محكوم بقوانين مختلفة، وما عليك في ظل الاقتصاد الجديد إلا أن تحلم وأن تكون جريئا في أحلامك ومستعدا لتنفيذها، ولتكن أيضا مرنا ومستعدا لتقبل المفاجآت والتعامل معها.

٢٢) احرص على تحديد هوية المنتج

تتشابه منتجات الشركات في جميع أنحاء العالم بمرور الأيام. هذا يعنى أن هوية الشركة هي التي ستشكل الفرق عندما يختار الناس منتجاتهم. ولأن هوية منتجك هي التي تنم عن شخصيتك، فيجب أن تحرص على ترسيخ تلك الهوية حتى يتم تفضيلك على الآخرين.

٢٣) المصداقية تجعل من منتجك علامة ثقة

قل الحقيقة حتى ولو لم يكن ذلك في مصلحتك. المصداقية هي أقصر الطرق لاكتساب ثقة الناس. ابحث عن عمل تؤديه بانتظام وتأكد من أنه مصدر لثقة الآخرين بك. أعد تقييم علاقاتك وقراراتك ولا تنس إجراء اختبارات الاستطلاع لتعرف موقفك من الآخرين وموقف الآخرين منك.

٢٤) سوق نفسك على الإنترنت.

إذا لم يكن لديك موقع على شبكة الإنترنت، فقد تخلفت عن المنافسة على ركب المستقبل. فهذا الموقع البسيط يمكن أن يضعك على قدم المساواة مع الشركات العملاقة، رغم انخفاض تكاليفه. وحتى لا تخرج من ذاكرة السوق، عليك بالآتي:

* أسس موقعك على الشبكة العالمية حتى لو كنت تعمل لدى الآخرين.
* تعرف على طرق استخدام الناس، لشبكة الإنترنت.
* قض بعضا من وقتك في استخدام شبكة الإنترنت، دون مبالغة أو إسراف.
* استعن بأحد المحترفين ليطور لك موقعك. ثم تعلم كيف تطوره بنفسك.

تعمل الإنترنت الآن على تغيير حياتنا، فلا تحرم نفسك من المتعة والإثارة والفائدة التي تقدمهما لك هذه الشبكة الرائعة.

٢٥) أنت وكالة إعلان، فأعلن عن نفسك

أجمل قصص النجاح هي تلك التي تحب سردها وعرضها على الآخرين. عليك أن تقدم سيرتك الذاتية من خلال إنجازاتك لا من خلال نواياك. وسواء تحدثت لموظفيك أو لعملائك أو أمام الغرباء، فإن مهارات الإلقاء والعرض من أهم ركائز نجاحك كعلامة تجارية مميزة. وفي نهاية المطاف، فلن تجد في هذا العالم من يستطيع أن يتولى أمر علاقاتك العامة أفضل منك. ولهذا السبب بالذات ننصحك بما يلي:

* درب نفسك على الإلقاء وسط الجموع والجماهير. سيكون ذلك صعبا في البداية وسهلا في النهاية.
* حاول أن تعيش المواقف الصعبة قبل حدوثها لتتعود على مواجهة المفاجآت والضغوط.
* لا تتحدث إلا في الموضوعات التي تحبها والمجالات التي تعرفها.
* لا تعتمد على الأوراق المكتوبة إلا لعرض الموضوعات المعقدة.
* لا تروي القصص والمواقف إلا ما تعلق منها بالأحداث المهمة.
* ركز على الجوانب الإنسانية والعبر والنتائج الواقعية.
* استخدم الرسومات التوضيحية ووسائل العرض المرئية.
* عامل مستمعيك بالتساوي، فلا تعتبرهم أعلى أو أقل منك درجة.
* ركز في كلماتك على الافتتاح والختام. البداية تشد الانتباه والثانية تترك الانطباع الأخير.

٢٦) كن متفائلا أو درب نفسك على ذلك

ينصرف الناس عن المتجهمين العابسين ويتقربون من المبتسمين. الابتسامة لا تكلفك شيئا، وهي بالتأكيد أقل تكلفة من العبوس وتقطيب الجبين. والناس بطبعهم يفضلون التعامل مع الشخصيات المرحة، فالناس لهم مشاكلهم وهواجسهم، وليسوا بحاجة للمزيد من الهموم.

لكن التفاؤل والمرح شيء، والإفراط في الفكاهة الرخيصة شيء آخر. يجب أن تكون مرحا بلا تكلف، وبشوشا بلا تصنع، وخفيفا دون افتعال. حاول أن تكون قريبا من الناس، دون أن تصبح رجل الحفل الأول ونجمه الساطع. ويمكنك الموازنة بين المرح وخفة الدم إذا:

* تعودت على الابتسام، حتى عندما تكون وحيدا.
* جعلت ملابسك مألوفة وأنيقة في نفس الوقت. فلا تبالغ في صناعة مظهرك، وحاول أن تبقى أكثر أناقة من الناس العاديين، وأقل مظهرية من النجوم المبالغين.
* مارست الرياضة أكثر من الكسالى وأقل من المحترفين.
* عرضت نفسك لضوء الشمس أكثر من عشاق الليل وأقل من السائحين.
* نهضت عن مكتبك ما بين ساعة وأخرى، لتحفز الآخرين وتساعدهم، دون أن تقاطعهم أو تراقبهم.

٢٧) كن شخصا فضوليا قدر ما تستطيع

الفضول من شيم المغامرين، والمغامرة من شيم الناجحين. يجب أن تكون فضوليا إلى درجة مثيرة. والفضول مظهر من مظاهر التميز. والمشكلة هنا هي أنك لن تستطيع التجديد ما لم تكن فضوليا. وبدون فضول لن تستطيع التعلم والتجديد والابتكار. يقول ونستون تشرشل:

"إن الفضول والرغبة هما أهم ما يجب توافره فينا لكي نتعلم"

٢٨) كون فريقا استشاريا

كون لجنة من ثلاثة أو أربعة مستشارين تسألهم النصيحة كلما ضاقت بك الحيلة. وعليك أن تدرك أن كل عمل تجاري هو مخاطرة حقيقية. وليكن فريق مستشاريك ممن يشجعون مبادراتك وإقدامك على ركوب الصعب.

وأستطيع من واقع خبرتي أن أقول بأن لكل منا مؤيدين ومعارضين. وأنا أعشق من يؤيدون جنوني ويعارضون خوفي. من يؤيدون شجاعتك هم أولئك الخبراء الذي ملأهم الإعجاب بجسارتك. وهم بهذا التأييد إنما يحققون أحلامهم أيضا، أو يستعيدون ذكريات شبابهم ومغامراتهم.

٢٩) استق معلوماتك من قلب سوق العمل

لا تغب عن السوق ولا تدعه يغيب عنك. معظم المديرين يتقوقعون في أبراجهم العاجية ويبتعدون

عن السوق. إذا كنت لا تستطيع النزول للسوق لتدرسه بشخصك، فحاول أن تراه من خلال الآخرين. وهذا طبعا ليس بديلا مثاليا، لكنه أهون من الغيبوبة الاقتصادية المطلقة. ما من شك في أن صاحب أوضح رؤية هو أقرب الأشخاص إلى مسرح الأحداث، وهذا بالضبط ما تحتاجه، فاخرج لهؤلاء الأشخاص، استق منهم الخبرات، واجعل قنوات الاتصال بينك وبينهم مفتوحة دائما، فالنتائج التي سوف تحققها من جراء ذلك ستكون مذهلة. صارت أسواق اليوم أشبه بالمعركة. وأنت بحاجة لصف من الجنود الواقفين على الخطوط الأمامية، لكي يحرسوا حدودك وينقلوا لك نبض السوق. وما دمت أنت القائد أو تريد أن تكون كذلك، فلتكن أوامرك لهم صريحة وواضحة. حدد لهم الأهداف المطلوبة واتركهم يحققونها بأنفسهم.

٣٠) كن قويا وقادرا على تحقيق ما تريد.

القوة ليست لفظا سلبيا أو فظا كما تظن. فهي أداة لتحقيق الأهداف والوصول إلى الغايات مهما خالجنا شك في ذلك. عليك أن تعترف بالقوة وقيمتها وضرورتها لتحقيق مشروعك الخاص، أو بناء نفسك. ولكن المهم أن تدرك أن القوة يجب أن تستخدم بطرق مشروعة، وبما لا يتعارض مع مصالح الآخرين. لأن محاولة إلغاء الآخرين تزيدا ضعفا لا قوة. فلن تكون قويا إلا إذا حققت معادلة التوازن بين ما هو مطلوب وما هو ممكن. وعلى العموم فإن:

الناس الذي يفشلون نوعان: نوع يبالغ في استخدام القوة حتى يفلت زمام الأمور من يده، ونوع لا يجرؤ على استخدام القوة فلا يتمكن من الإمساك بالزمام أبدا.

٣١) أنت سيد قرارك

لا تبخس قيمة منتجك أبدا، بل حدد ثمنه الذي ترضاه منذ البداية. وبما أنك صاحب العمل الذي هو عملك، والمشروع الذي هو (أنت)، فالكلمة الأولى والأخيرة في تحديد قيمتك في السوق لابد وأن تكون لك، فإذا لم تجد من يدفع لك ما يوفيك حقك، حاول أن تجد من يقدرك ويدفع لك ما تستحقه في مكان آخر.

فالناس يضعوننا دائما في المكان والمكانة اللذين نضع فيهما أنفسنا.

فهرس الخلاصة

١) أنت وحدك المسئول عن صناعة علامتك التجارية المميزة..... ٢
٢) ابحث عن طرق فعالة للتميز ٢
٣) ينبع الأمن الوظيفي من شهرة علامتك التجارية..... ٢
٤) ليكن عندك تصور واضح عن منتجك "نفسك"..... ٣
٥) ركز على المشروع لا على الوظيفة ٣
٦) اعرض نفسك جيدا كما لو كنت منتجا ٣
٧) اعتبر نفسك مؤسسة وليس شخصا ٣
٨) تتحدد قيمة علامتك التجارية بناء على قيمك..... ٣
٩) استوعب طريقة تقدير قيمتك ٣
١٠) يجب أن يكون لديك ملف موجز عن شركتك ٤
١١) تتحدد قيمتك بالطريقة التي تقضي فيها وقتك ٤
١٢) استثمر فنون وأساليب السياسة في حياتك ٤
١٣) ليس ثمة ما يمكن أن يطلق عليه مهمة "قليلة الشأن".. ٤
١٤) ثبت قدميك..... ٤
١٥) ركز على ما يميزك ويجعلك متفردا ٤
١٦) تتحدد قيمتك "كمشروع" من قيمة عملائك..... ٥
١٧) تميز في فعل أو عمل أو فكرة ما ٥
١٨) حقق الانتشار والازدهار من خلال العلاقات ٥
١٩) ركز على التصميم والتفاصيل..... ٥
٢٠) قدم أفكارا ومنتجات جديدة..... ٦
٢١) أكبر مخاطرة هي المخاطرة بعدم المخاطرة..... ٦
٢٢) احرص على تحديد هوية المنتج ٦
٢٣) المصداقية تجعل من منتجك علامة ثقة ٦
٢٤) سوق نفسك على الإنترنت. ٦
٢٥) أنت وكالة إعلان، فأعلن عن نفسك ٦
٢٦) كن متفائلا أو درب نفسك على ذلك ٧
٢٧) كن شخصا فضوليا قدر ما تستطيع..... ٧
٢٨) كون فريقا استشاريا..... ٧
٢٩) استق معلوماتك من قلب سوق العمل..... ٧
٣٠) كن قويا وقادرا على تحقيق ما تريد. ٨
٣١) أنت سيد قرارك..... ٨

بيانات الكتاب

Title: The Brand You 50

Author: Tom Peters

Publisher: Alfred A. Knopf

Pages: 205

Date: 1999

ISBN: 0-375-40772-3